

# Polonia, dinamiche mercato vino: spunti e indicazioni di una importatrice

scritto da Emanuele Fiorio | 14 Marzo 2024



In occasione dell'ottava edizione dell'[Italian Taste Summit 2024](#), ho avuto la possibilità di incontrare diversi importatori e buyer internazionali, tra cui **Anna Grabska, Wine Department Manager di Mille Sapori Plus IF&B**, importatore e distributore italiano di Food & Beverage focalizzato sul settore Horeca e sui negozi specializzati con sede a Varsavia e filiali a Danzica, Cracovia, Breslavia, Poznań e Lublino.

Abbiamo approfondito preziose prospettive sullo stato attuale e sul futuro del **mercato del vino italiano in Polonia**, dalla situazione post-Covid alle strategie di ampliamento del

mercato, offrendo una visione stimolante delle opportunità e delle sfide presenti in questo interessante mercato dell'Est Europa.

## **Quali sono gli obiettivi principali e le sue aspettative in relazione alla sua presenza all'Italian Taste Summit?**

Qui è importante il rapporto diretto, sto cercando in particolare bollicine di diverse regioni in modo da avere una certa varietà. Inoltre voglio vini speciali come il Vin Santo. Ho conosciuto una cantina fantastica che fa vini Pet-Nat, una novità assoluta in Polonia. Il fatturato lo facciamo con Prosecco e Primitivo ma **per essere interessanti e attraenti dobbiamo spaziare.**

## **Qual è la sua valutazione sullo stato attuale del vino italiano? Quali sono i suoi punti di forza e di debolezza in relazione al mercato polacco?**

Dopo il Covid abbiamo registrato una contrazione nelle vendite di vino e l'inflazione è rimbalsata a doppia cifra, **il mercato chiede vini *cheap*** che si trovano sugli scaffali della GD0. Anche il vino italiano si trova in questa situazione.

## **Quali potrebbero essere le strategie (per quanto riguarda logistica, distribuzione, pricing, comunicazione/marketing) da adottare per ampliare il mercato dei vini italiani in Polonia?**

Servono specialisti, l'80% dei polacchi riconosce solo Chardonnay, Cabernet Sauvignon e Merlot che sono i vini conosciuti sin dai tempi del comunismo. **Bisogna fare attività di educazione e formazione**, due elementi fondamentali per ampliare la platea dei consumatori. **Sono importanti le storie**, qui ad esempio un produttore mi ha raccontato che il suo vino è "quello di Cleopatra". È importante questo aspetto legato allo storytelling.

**Quali sono gli elementi chiave ed i criteri che lei valuta maggiormente durante una trattativa commerciale con un produttore italiano?**

A me interessa in primis la qualità, un **prodotto buono che si identifichi con il suo territorio**. Prediligo i produttori che riescono ad essere presenti anche al di fuori dell'Italia e le aziende preparate per affrontare le varie questioni burocratiche. Inoltre in Italia i vitigni autoctoni sono molti e questo elemento rappresenta una marcia in più.

**Quanto considera importante l'approccio "human to human" nell'ambito delle trattative e nella costruzione di partnership durature?**

È molto positivo ed è un aspetto che mi piace molto. La comunicazione è diretta e molto efficace.

**Cosa si aspetta concretamente da un'azienda con cui instaura una partnership?**

Le aziende devono essere preparate, quando vado dai clienti mi presento preparata anche in base ai volumi di acquisto. È importante **fornire gadget e prevedere bonus per fidelizzare** i clienti che acquistano maggiormente. Inoltre è **fondamentale visitare i territori**, l'anno scorso ho portato i miei agenti in Puglia per due giorni, le vendite sono cresciute dell'80%.

**Quali sono le prospettive future e le opportunità che lei identifica nel mercato del vino italiano nei prossimi 3/5 anni?**

Il vino italiano cresce da tanto tempo perché i polacchi sono legati all'Italia anche per Papa Wojtyła. L'Italia è relazionata alla moda, al lifestyle, alla Storia. I **polacchi sono molto legati al turismo**, c'è stata la crescita del Valpolicella quando si recavano a Jesolo, ora vanno in Sardegna e crescono i vini sardi. Anche l'ambasciata italiana in Polonia sta portando avanti ottime iniziative per il vostro

vino.